

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

e-Marketing Διαδυκτιακό Μάρκετινγκ

ΜΕΡΟΣ 1ο

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 30-141

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 32

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 34-63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ
ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ 64-79

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 80-141

ΜΕΡΟΣ 2ο

ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 142-257

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 144

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΒΑΣΕΙ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ -DATA BASE
MARKETING (DBM) 146-177

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 178-209

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ - ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 210-223

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 224-257

ΜΕΡΟΣ 3ο

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΒΑΣΕΙ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ 258-626

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΙΝΤΕΡΝΕΤ (ONLINE MARKETING) 264-283

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9
ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-ΙΝΤΕΡΝΕΤ MARKETING
PLAN 284-377

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10
ON-LINE ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ 378-400

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11
ΙΟΓΕΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (VIRAL MARKETING) 401-433

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12
ΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ INTERNET MARKETING -
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΙΣΤΟΧΩΡΟΥ 434-473

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ - CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM) 474-589

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14
ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΓΝΩΣΗΣ & ΕΞΟΥΥΞΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 590-626